

Анотація до курсу «Зв'язки зі ЗМІ»

Програма вивчення нормативної навчальної дисципліни «Зв'язки зі ЗМІ» є складовою освітньо-наукової програми підготовки фахівців зі стратегічних комунікацій за освітньо-кваліфікаційним рівнем магістр.

Основними завданнями вивчення дисципліни є вивчення типології зв'язків з громадськістю; дослідження тенденцій ринку зв'язків з громадськістю; ознайомлення з теорією кризових комунікацій; знайомство з функціями та посадовими обов'язками спеціаліста «менеджер паблік рилейшнз», «прес-секретар» в процесі подолання комунікаційних криз; знайомство з методами подолання рейдерських атак засобами паблік рилейшнз; вироблення практичних професійних навичок в галузі зв'язків з громадськістю.

Завдання (навчальні цілі):

- сформувати поняття про дії людини в кіберпросторі як основу життя та роботи сучасної цифрової людини;
- опанувати базові знання про різновиди кіберзлочинів, їхню еволюцію та їхній вплив на появу, скажімо, антивірусної галузі як критично важливого елемента у системі протидії кіберзлочинності;
- здатність усебічно аналізувати журналістські матеріали про кіберзлочини, пояснювати сильні та слабкі сторони кожного матеріалу у контексті дотримання професійних стандартів журналістики;
- розуміння сучасних механізмів інформаційних шпигунства, тероризму та війни та особливості ведення цих видів діяльності в Інтернеті.

Метою викладання навчальної дисципліни є ознайомлення з актуально-практичними та науково-прикладними основами зв'язків з громадськістю, підготувати конкурентоспроможні кадри в галузі соціальної комунікації.

Структура курсу.

Змістовий модуль 1. Сучасні вимоги та новітні технології. Сучасні кваліфікаційні вимоги до працівників сфери зв'язків з громадськістю. Тенденції світового та вітчизняного PR-ринку. Тенденції розвитку телебачення, радіо, преси, Інтернет, нових медіа. Технологічні тренди. Тренди масової комунікації.

Змістовий модуль 2. Комунікаційні PR-тренди. Тренди в антикризових комунікаціях. Тренди релігійних комунікацій. Тренди наукового PR. Тренди комерційного PR. Тренди політичного PR.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- основні сучасні поняття, тлумачення і терміни паблік рилейшнз;
- принципи, функції і завдання PR у бізнесі, політиці, культурі;
- новітні тренди PR-комунікації;
- новітні інструменти PR-комунікації;
- сучасний ринок ЗМК;

– сучасні компетенції PR-працівників.

вміти:

- орієнтуватися в сучасних комунікаційних трендах;
- формувати ефективні PR-комунікації;
- застосовувати види, форми PR для попередження кризових ситуацій;
- розумітися на інформаційних стратегіях та інформаційних операціях. ;
- складати стратегічні та тактичні плани PR-комунікації;
- використовувати сучасне програмне забезпечення PR-комунікації.

Корисні джерела:

1. Катлип Скотт М. Паблік рилейшнз: теория и практика: Учеб.пособие / М.Катлип Скотт, Х.Сентер Аллен, М.Брум Глен. – 8-е изд. – М.: Вильямс, 2000.
2. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью. - Учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Академич.Проект, 2003.
3. Королько В.Г. Основы паблік рилейшнз. – М.: Рефл-бук, К.: Ваклер. – 2003.
4. Мойсеєв В.А. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. – К.: Академвидав, 2007.
5. Основы реклами і зв'язків з громадськістю : підручник / [Іванов В.Ф., Бугрим В.В., Башук А.І. та ін.] ; за заг. ред. В.Ф. Іванова, В.В. Різуна. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. – 431 с.
6. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением. – 2 изд., испр. и доп. – М.: Центр, 2003.
7. Студенкин Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах: Практикум победителя / Николай Студенкин. – М. : Альпина Паблшерз, 2011.
8. Чумиков А.И., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. – 3 изд., испр. и доп. – М.: Дело, 2006.